

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Alamsyah, Y. (2008). *Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisional*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Al Rasyid, H. (1994). *Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala*. Bandung: Universitas Padjadjaran.
- Ali, Moh. (1985). *Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi*. Bandung: Angkasa.
- Arief, A. R. (2005). *Ilmu Perhotelan dan Restoran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Assael, H. 2002. *Consumer Behavior and Marketing Action, Fourth Edition*. Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Bagyono. (2010). *Pariwisata dan Perhotelan*. Bandung: Alfabeta.
- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Kedua*. Surabaya: Kencana.
- Dantes, N. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Demartoto, A., Soemanto, & Ariyani, N. I. (2014). *Habitus Pengembangan Pariwisata*. Surakarta: UNS PRESS.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hidayat, T. (2008). *Panduan membuat Toko Online dengan OS Commerce*. Jakarta: Media Kita.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir, & Jakfar. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (Fourteenth Edition)*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (Fifteenth Edition)*. England: Pearson Education Limited.

Lia Oktaviani, 2017

PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL (FACEBOOK DAN INSTAGRAM) TERHADAP MINAT BELI PADA KEDAI LADANYA DI CIANJUR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing (Fourteenth Edition)*. England: Pearson Prentice Hall.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marshall, & Johnston. (2015). *Marketing Management, Second Edition*. New York: McGraw-Hill Education.
- Marsum, W.A. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: ANDI.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2015). *Advertising*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis rekayasa media.
- Natawiria, A. S., & Riduwan. (2010). *Statistika Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: Gramedia.
- Oesman, Y. M. (2010). *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency (Kasus Pada Pemasaran Shopping Center)*. Bandung: Alfabeta.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran, Edisi 9, Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran, Edisi 9, Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pitana, I. G., & Diarta, I. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Pitana, I. G., & Rukendi, C. (2008). *Petunjuk Pengembangan Ekowisata Budaya dan Kuliner, Ekoturisme-Teori dan Praktek*. Aceh: BRR NAD-Nias.
- Putoandi, D. (2011). *Mencipatakan Penjualan melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Ratnasari, R. T., & Aksa, M. H. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sudjana. (2005). *Metode Statistika Edisi ke-6*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryabrata, S. (2012). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suryadana, M. L., & Octavia, V. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Susetyo, B. (2014). *Statistika untuk Analisis Data Penelitian*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Syatori, T., & Gozali, N. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: Andi
- Tristantin, V. V., & Suwandi, Y. T. (2013). Pengaruh Promotion Mix terhadap Minat Beli Konsumen di Family Fun Karaoke Keluarga. *Universitas Kristen Petra*, 419-429.
- Umar, H. (2010). *Riset Pemasaran dan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Utama, I. B., & Mahadewi, N. E. (2012). *Metodologi Penelitian Pariwisata & Perhotelan*. Yogyakarta: Andi.
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI.

Sumber E-book

- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Tim Pusat Humas Kementrian Perdagangan RI. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial*. Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat.

Sumber Jurnal:

- Aer, Y. (2014). Analisis Media Sosial 'Path' sebagai Media Informasi di Kalangan Klub Basket Total E&P Indonesia Balikpapan. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 102-113.

Lia Oktaviani, 2017

PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL (FACEBOOK DAN INSTAGRAM) TERHADAP MINAT BELI PADA KEDAI LADANYA DI CIANJUR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Aljawi, A. Y., & Muklason, A. (2012). Jejaring Sosial dan Dampak Bagi Penggunaanya. *Institut Teknologi Sepuluh Nopember*, 1-7.
- Barber, N., Todd, T., & Kolyesnikova, N. (2009). Gender Differences in Information Search: Implications for Retailing. *Journal of Consumer Marketing*, 415-426
- Chi, H. K., Yeh, H. R., & Yang, Y. T. (2009). The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention: The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty. *University in Taiwan*, 135-144.
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA Vol.1 No.3*, 273-283.
- Harshini. (2015). Influence of Social Media Ads on Consumer's Purchase Intention. *Bangalore University*, 110-115.
- Herliani, L. (2015). Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda). *eJournal Ilmu Komunikasi*, 212-224.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffe Shop sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqafiyat Vol. 13, No. 1*, 187-204.
- Hsu, Y., & Pham, H. (2015). Effects of Reference Pricing on Customer Purchasing Intention. *National Formosa University*, 1156-1170.
- Ishak, A. (2008). Pengaruh Penggunaan Selebriti dalam Iklan terhadap Minat Beli Konsumen. *Universitas Islam Indonesia*, 71-88.
- Malinda, M. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Seseorang Berwirausaha. *Jurnal Maranatha*. 105-117.
- Maoyan, Zhujunxuan, & Sangyang. (2014). Consumer Purchase Intention Research Based on Social Media Marketing. *Shanghai University of Engineering Science*, 92-97.
- Masharyono, & Hasanah, C. U. (2016). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Celdi Katering (Survei pada Konsumen Celdi Katering). *Tourism Scientific Journal*, 152-166.
- Putri, D. W., & Mormes, M. D. (2017). Analisis Strategi Perencanaan Pesan pada Akun Instagram E-commerce @thekufed. *The Messenger*, 70-78.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 143-150.

- Riadhah, C. A., & Rachmatan, R. (2016). Perbedaan Konsumsi Hedonis pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala Ditinjau dari Jenis Kelamin dan Asal Fakultas. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 179-190
- Rizky NST, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 135-143.
- Setyani, N. I., Hastjarjo, S., & Amal, N. N. (2013). Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana komunikasi bagi Komunitas. *Universitas Sebelas Maret Surakarta*, 1-16.
- Sianipar, A. P. (2013). Pemanfaatan Youtube di Kalangan Mahasiswa. *Universitas Sumatera Utara*, 1-10.
- Syabhani, M. F., & Widodo, A. (2017). Food Blogger Instagram: Promotion Through Social Media. *Jurnal Ecodemica*, 46-58.
- Sulistyari, I. N., & Yoestini. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Produk Oriflame. *Diponegoro Journal of Management*, 1-17.
- Taryadi. (2016). Aplikasi Pencarian Tempat Wisata Kuliner di Kota Pekalongan Berbasis Location Based Serviced dan Geotagging Pada Android. *Litbang Kota Pekalongan*, 80-89.
- Tooy, S. M. (2015). Analisis Perbedaan Perilaku Impulse Buying Konsumen Laki-Laki dan Perempuan Berdasarkan Proses Afektif dan Kognitif. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 111-126.

Dokumen:

- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 *Tentang Kepariwisataaan*.
- Asdep Litbangjakpar Kemenpar, 2017. *Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Tahun 2014-2016*.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2016. *Provinsi Jawa Barat dalam Angka Tahun 2016*.
- Departemen Kesehatan RI, 2009. *Klasifikasi Umur Berdasarkan Kategori*. Jakarta: Dikjen Yankes.

Sumber Internet:

- Jurnal Cianjur. (2017, January 07). Diakses 01 25, 2017, [Online] Perusahaan Baru dan Kuliner di Cianjur Meningkat : <http://www.jurnalcianjur.com/category/kuliner/>

Lia Oktaviani, 2017

PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL (FACEBOOK DAN INSTAGRAM) TERHADAP MINAT BELI PADA KEDAI LADANYA DI CIANJUR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Kompasiana. (2015, November 28). Diakses 03 23, 2017, [Online] Pariwisata Meningkatkan Devisa Negara: http://www.kompasiana.com/friskaaliviadianasari/pariwisata-meningkatkan-devisa-negara_5659a4a4ec96732909963530
- Website Resmi Pemerintahan Provinsi Jawa Barat. (2011, June 26). Diakses 05 18, 2017, [Online] Potensi Pariwisata Jabar Harus Terus Dikembangkan : http://www.jabarprov.go.id/index.php/news/2590/Potensi_Pariwisata_Jabar_Harus_Terus_Dikembangkan
- Sygma Innovation. (2016, November 23). Diakses 02 27, 2017, [Online] Infografis Data dan Info Media Sosial Terbaru November 2016: <http://sygmainnovation.com/2016/11/23/infografis-data-dan-info-media-sosial-terbaru-november-2016/>